

## **Стратегические задачи управления работой спортивных объектов**

Карнейчик В.В.

Белорусский национальный технический университет

Особенностью управленческой деятельности спортивных объектов является направленность на достижение единства двух целей их функционирования: социальной и экономической.

С одной стороны необходимо создать условия для привлечения к физкультурно-спортивным занятиям всех категорий граждан, а с другой, нужно обеспечить стабильные финансовые поступления в бюджет спортивного объекта. Одной из главных задач управления спортивными сооружениями является улучшение качества, предоставляемых физкультурно-спортивных услуг и повышение уровня проведения спортивно-зрелищных и культурных мероприятий. Другой стратегической задачей является расширение ассортимента предоставляемых основных, дополнительных и сопутствующих услуг объектов, ориентированных на разные категории потребителей. В то же время деятельность спортивных сооружений не должна быть чрезмерно многопрофильной, поскольку это может привести к увеличению издержек. В основе формирования ассортимента услуг спортивных объектов лежит изучение спроса населения. Достижение данной задачи возможно посредством маркетинговых исследований. Но маркетинговые исследования не всегда могут выявить будущий реальный спрос, поскольку заявленное опрашиваемыми желание заниматься спортом еще не означает стопроцентной гарантии его реализации. Поэтому особую важность приобретает регулярный анализ деятельности объектов в разрезе оказываемых услуг. Это позволяет отслеживать возрастание либо снижение спроса потребителей на виды услуг. Выявление падения спроса позволит своевременно принять адекватные управленческие решения. Одной из сложных задач в управлении спортивными объектами является установление цен на физкультурно-спортивные услуги. От правильности установления цены во многом зависят конкурентоспособность и рентабельность предприятия, и другие показатели хозяйственной деятельности, т.к. именно стоимость физкультурно-спортивных услуг оказывает воздействие на процесс стимулирования или торможения интереса потребителя. Для эффективного решения управленческих задач спортивных объектов необходимо использовать весь возможный инструментарий диагностики: финансовый анализ деятельности сооружений, современные методы менеджмента, маркетинга (изучение существующих предпочтений и будущих потребностей населения) и др.